

Handelsblatt

FASHION WEEK 2017

Hugo Boss setzt auf den Überraschungseffekt

von: Georg Weishaupt

Datum: 07.07.2017 14:28 Uhr

Deutschlands größter Herrenschnneider versucht das Geschäft mit Sondereditionen anzukurbeln. Damit will Mark Langer, Chef von Hugo Boss, den Modekonzern wieder auf den Wachstumskurs führen.



Hugo Boss

So präsentiert sich das Modelabel auf der Berliner Fashion Week: Models stehen wie Statuen auf quadratischen Holzplatten.

(Foto: PR)

Berlin. Eine hohe Halle mit rau verputzten Betonwänden, eine Holzdecke und ein riesiges Podest – ein ungewöhnlicher Ort für eine Modenschau. Hugo Boss hat die ehemalige Kirche St. Agnes in Berlin-Kreuzberg gemietet, die heute als Kunstgalerie dient, um die „Gallery Collection“ für Damenmode zu zeigen.

Kreativ-Vorstand Ingo Wilts lässt die Models nicht wie üblich über einen Laufsteg am Publikum vorbeischießen. Er stellt sie wie Statuen auf quadratische Holzplatten und lässt die Besucher um die

Mannequins herumlaufen. Es geht darum, die Besucher der Modenschau mit einer ungewöhnlichen Präsentation zu überraschen – und vor allem die Kunden in den Läden.

„Wir müssen spielerischer an Dinge herangehen, viel mehr überraschen. So lancieren wir kleine, pointierte Kapsel-Kollektionen, die Spannung erzeugen“, sagte Wilts dem Handelsblatt. „Wir wollen nicht spleenig werden, aber Mode muss auch Spaß machen.“

ADIDAS, HILFIGER, ESPRIT

Das sind Europas größte Modekonzerne

Platz 10: Calzedonia

Bild 1 von 10

Die Fachzeitschrift „TextilWirtschaft“ untersucht jedes Jahr die Umsätze der größten europäischen Bekleidungshersteller. Die Analyse zeigt: Der Markt steht vor großen Herausforderungen. Zwar konnten die meisten Konzerne wie zum Beispiel Calzedonia wachsen, doch die Krise in Russland und der Ukraine dürfte sich früher oder später in den Bilanzen niederschlagen.

Umsatz 2013: 1,60 Milliarden Euro

Umsatz 2014: 1,85 Milliarden Euro

Veränderung: + 15,4 Prozent

(Foto: Imago)

Mit Kapselkollektion meint er kleine Sonderkollektionen, die nur in kleineren Stückzahlen und nicht überall angeboten werden. „Wir werden die Gallery Collection ab November nur in 15 bis 20 Läden weltweit verkaufen“, sagte Bettina Müller, Direktorin für die Damenmode bei Boss. Allerdings gibt es die neuen Kleider und Röcke auch im Onlineshop.

Boss will mit solchen Sonderkollektionen sein Geschäft in Schwung bringen. Denn im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres ist es nur um ein Prozent gewachsen. Vorstandschef Mark Langer muss alles versuchen, um „nach diesem Jahr der Stabilisierung wieder profitabel und nachhaltig zu wachsen“, wie er zu den Quartalszahlen ankündigte.

PRIMARK, ZARA, ADIDAS

Kleider machen Milliardäre

Platz 10: Burberry

Bild 1 von 10

Der Hoflieferant von Queen Elizabeth und Prince Charles gehört zu den luxuriösesten Modelabels der Welt – und zu den teuersten. Gegründet wurde das Unternehmen 1856. Seit 1920 ist Burberry an der Londoner Börse notiert, die Marke ist Mitglied im FTSE 100 Index.

Umsatz 2015: 3,4 Milliarden Euro*

***Geschäftsjahr 2014/15**

Quelle: Umsatzrangliste europäischer Bekleidungsmarken nach der Zeitschrift „TextilWirtschaft“, dfv-Mediengruppe
(Foto: Reuters, Sascha Rheker)

Das ist schwierig. Es wird sich zeigen, ob es Langer gelingt, den Konzern nach vielen Aufräumaktionen wieder auf Erfolgskurs zu bringen. So hat Langer, der vor gut einem Jahr den Chefposten bei Deutschlands größtem Herrenschneider in Metzingen übernahm, Filialen geschlossen, die großen Preisdifferenzen weltweit für Herrenanzüge angepasst und sich von vielen Händlern in den USA getrennt.

Mit Kapselkollektionen wie der „Gallery“ alleine, die etwas teurer sind als die normale Jacken und Kleider von Boss, wird Langer sein Ziel jedoch nicht erreichen. Er muss vor allem dafür sorgen, dass sein Brot-und-Butter-Geschäft mit Herrenanzügen wieder wächst und seine um 100 Euro erhöhten Preise rechtfertigt.

© 2016 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG

Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min. Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben.